

10 Tipps für erfolgreiche Presseinformationen

- Schreiben Sie **Klartext**, sachlich und präzise. Überlassen Sie ausgefallene Formulierungen und Wertungen den Journalisten.
- Journalisten kürzen die Texte bei Bedarf von unten. Schreiben Sie **das Wichtigste zuerst**.
- Beantworten Sie gleich im ersten Absatz die 5 W-Fragen: **Wer** hat was herausgefunden? **Was** kann man damit anfangen? **Warum** ist das ein wichtiges Resultat? **Was** ist neu? **Wem** hilft das, wer ist betroffen?
- Verwenden Sie **Beispiele**. Stellen Sie Bezüge zum Alltagsleben oder zu aktuellen Themen her.
- Schreiben Sie **aktiv** und nicht passiv.
- Fügen Sie knackige **Zitate** ein.
- Liefern Sie **Fakten und Zahlen** (Höhe der Fördersumme, Kosten, Umfang ...)! Vermeiden Sie aber Zahlenkolonnen, erläutern Sie hohe oder sehr kleine Zahlen und komplexe Vorgänge mit Vergleichen (so lang wie die Strecke zum Mond, ein Hundertstel vom Durchmesser eines Haares ...).
- Presseinformationen sollten höchstens **eine Seite** lang sein. Behandeln Sie nur ein Thema pro Presseinformation.
- Schreiben Sie Abkürzungen immer erst einmal aus, **verzichten** Sie möglichst auf Fachbegriffe.
- **Personenangaben** sollten immer vollständig sein: Vorname, Name, Funktion, aber nur der wichtigste Titel.

Was passiert mit der Presseinformation?

- **Versand:** Wir versenden Ihre Presseinformationen an die Medien. Eventuell nehmen wir nach Rücksprache mit Ihnen noch redaktionelle Änderungen vor. Je nach Thema bedienen wir unterschiedliche Verteiler: lokale, regionale oder bundesweite. Sie können uns zusätzlich Kontakte von Medien nennen, zum Beispiel von Fachpublikationen.
- **Online auffindbar:** Wir stellen die Presseinformationen auf unsere Homepage und entscheiden über die Aufnahme in den Newsletter oder in die Social Media-Angebote der TU Braunschweig (z.B. facebook).
- **Bei Rückfragen:** Wir beantworten erste Rückfragen der Medien und sind auch dann erreichbar, wenn Sie nicht direkt erreichbar sind.
- **Medienresonanz:** Wir beobachten und archivieren die Berichterstattung und senden Ihnen die Belegexemplare zu.



www.tu-braunschweig.de/presse

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Bitte senden Sie Ihre Presseinformationen nicht direkt an Redaktionen, sondern an uns. Informieren Sie uns frühzeitig, spätestens zwei bis drei Wochen vor dem Ereignis.

Rufen Sie gern vorab an: Wir beraten Sie bei der Frage, welche Themen für Presseinformationen infrage kommen. Wir helfen Ihnen beim Ausformulieren: Schicken Sie uns Informationen oder ausformulierte Texte. Je vollständiger die Informationen sind, desto schneller können wir die Presseinformation auf den Weg bringen.

Kontakt

Dr. Elisabeth Hoffmann
Leiterin der Stabsstelle Presse und Kommunikation
Telefon: 0531 391 4122
e.hoffmann@tu-braunschweig.de

Regina Eckhoff
Pressereferentin
Telefon: 0531 391 4123
r.eckhoff@tu-braunschweig.de



Technische
Universität
Braunschweig



WISSENSCHAFT
IN DEN MEDIEN

Presseinformationen
schreiben

Presseinformationen sind Angebote an die Medien.

Sie bieten keine Abdruckgarantie. Damit die Medien Ihre Themen zur Berichterstattung auswählen, sollten die Presseinformationen informativ, verständlich und für die Allgemeinheit interessant sein.

Welche Themen eignen sich?

Voraussetzung für eine Presseinformation ist immer ein konkreter, sehr aktueller Anlass. Über das redaktionelle Interesse entscheidet vor allem der Nachrichtenwert Ihres Themas (siehe auch unseren Flyer »Zusammenarbeit mit Redaktionen«):

- Forschungsergebnisse sind vor allem spannend, wenn möglichst viele Menschen davon profitieren können oder wenn sie eine bisher verbreitete Annahme widerlegen.
- Neue Forschungsaufträge, Bauprojekte und andere Vorhaben sind relevant, wenn sie mit hohen Geldsummen verbunden sind, Themen von allgemeinem Interesse tangieren oder Veränderungen mit sich bringen (neue Gebäude).
- Auch »bunte« Ereignisse können von Interesse sein (»Forscher bauen mit Legosteinen Modelle für den Windkanal«).
- Personalien, Preise, Auszeichnungen schaffen nicht immer den Weg in die Zeitung. Sie sind aber für unsere internen Medien interessant (Notiz-Blog und Newsletter).
- Dies gilt auch für organisatorische Neuigkeiten.

Informieren Sie uns bevor Sie uns einen Text für eine Presseinformation zusenden. Wir beraten Sie, ob die Presseinformation das richtige Instrument ist, oder ob es andere Formate gibt, die Ihre Botschaft besser transportieren.



Was soll eine Presseinformationen beinhalten?

- ☐ den Namen der absendenden Einrichtung:
»Technische Universität Braunschweig«
- ☐ die Bezeichnung (»Presseinformation«, »Presseeinladung«, ...)
- ☐ die Überschrift und ggf. Unter-Überschrift
- ☐ die Einführung mit den wichtigsten Fakten (ein Absatz) (Antworten auf die »W-Fragen«)
- ☐ den Fließtext mit weiteren Informationen
- ☐ den oder die Ansprechpartner:
Kontakt mit Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse und Website (Sie sollten in der Woche nach dem Versand der Presseinformation erreichbar sein.)
- ☐ präzise Bildunterschriften, falls Bilder oder Grafiken angehängt sind
- ☐ Adressen von Webseiten mit weiterführenden Informationen, Downloads oder weiterem Bildmaterial
- ☐ bei Bedarf einen Kurztext oder »Abbinder« (3 – 5 Zeilen) zur Einordnung des Absenders »Das Institut für ... ist / befasst sich mit / steht für ...«)

Bilder und Bildrechte

- Gute Bilder und Grafiken erhöhen die Aufmerksamkeit für Ihre Presseinformation und können viel zum Verständnis beitragen.
- Stellen Sie unbedingt sicher, dass Sie die unbeschränkten Veröffentlichungsrechte für die Bilder haben, bevor Sie sie den Medien anbieten.
- Falls es interessante Bewegtbilder oder spannende Geräusche (»O-Töne«) zum Inhalt Ihrer Pressemitteilung gibt, weisen Sie in einem gesonderten Absatz darauf hin.



Ein Beispiel für einen Bildtext:

Ein junges Chamäleon der Gattung Brookesia micra passt auf einen Streichholzkopf. Bild frei zur Veröffentlichung. Wir bitten um den Bildvermerk: Jörn Köhler, Hessisches Landesmuseum Darmstadt.

Die sehr erfolgreiche Presseinformation dazu finden Sie unter <http://presse.rz.tu-bs.de/presseinformationen/?p=3215>